

Analisis Pengaruh *E-Servicescape* Terhadap *Purchase Intention*

“Studi pada Pengunjung Situs Belanja *Online* Lazada.co.id”



SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Guna Meraih Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan
Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret Surakarta

Disusun oleh:

LUTHFIA HANA PRAPTONO

F0211068

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Sebelas Maret Surakarta

2016

ABSTRAKSI

Analisis Pengaruh *E-Servicescape* terhadap *Purchase Intention*
(Studi pada Pengunjung Situs Belanja *Online* Lazada.co.id)

Oleh:

Luthfia Hana Praptono

F0211068

Penelitian ini termasuk kedalam penelitian pengujian hipotesis guna menguji pengaruh variabel dalam *e-servicescape* yang dikembangkan oleh Harris and Goode (2010) terhadap *trust* dan *purchase intention*. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yang dilakukan pada pengunjung situs belanja *online* Lazada.co.id di Jawa Tengah dan DIY, yang berniat untuk melakukan pembelian atau transaksi dengan Lazada.co.id. Penelitian ini mengambil jumlah responden sebanyak 250 responden.

Penelitian ini menggunakan analisis SEM GeSCA, untuk menguji hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian dapat disimpulkan bahwa: 1) *aesthetic appeal* tidak berpengaruh terhadap *initial trust*, 2) *layout and functionality* memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap *initial trust*, 3) *financial security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *initial trust*, 4) *initial trust in the website* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*.

Studi ini memiliki beberapa keterbatasan meliputi objek pengamatan dan *setting* penelitian yang hanya berfokus pada satu situs belanja *online* yakni Lazada.co.id dan pada cakupan wilayah Jawa Tengah dan DIY, sehingga penelitian selanjutnya diharapkan mampu melengkapi keterbatasan dalam penelitian ini.

Kata kunci: *e-servicescape*, *aesthetic appeal*, *layout and functionality*, *financial security*, *initial trust in the website*, *purchase intention*, *online shop*.

ABSTRACT

*Analysis of the Impact of E-Servicescape toward Purchase Intention
(A Study on Lazada.co.id Website Visitor)*

By:

Luthfia Hana Praptono

F0211068

The object of the study was examine the impact of e-servicescape toward initial trust and purchase intention. This research used the purposive sampling method which conducted to Lazada.co.id website visitor in Central of Java and Yogyakarta residency, who intend to conduct transaction with Lazada.co.id. This research took 250 respondents.

The GeSCA software was used to analysis the hypothesis formulated in this research. The result of this study conclude that: 1) aesthetic appeal has not effect on initial trust; 2) layout and functionality has a poitive effect and significant on initial trust; 3) financial security has a positive effect and significant on initial trust; 4) initial trust (trust in the website) has a positive effect and significant on purchase intention.

This study has some limitations, including the object and setting research. This research only focus on Lazada.co.id website visitor in Central of Java and Yogyakarta residency, so the future studies can complement the limitations of this study.

Keyword: e-servicescape, aesthetic appeal, layout and functionality, financial security, initial trust in the website, purchase intention, online shop.

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul:

**Analisis Pengaruh *E-Servicescape* terhadap *Purchase Intention*
(Studi pada Pengunjung Situs Belanja *Online* Lazada.co.id)**

Yang disusun Luthfia Hana Praptono (NIM. F0211068). Telah diterima dan
disetujui oleh:

Surakarta, Desember 2015

Dosen Pembimbing



Haryanto, S.E., M.Si

NIP. 19740309 200604 1 001

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

Analisis Pengaruh E-Servicescape terhadap Purchase Intention

(Studi pada Pengunjung Situs Belanja Online Lazada.co.id)

Atas Nama : **Luthfia Hana Praptono (NIM. F0211068)**

Telah diterima dengan baik oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret, guna melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Surakarta, Januari 2015

Tim Penguji Skripsi

1. Dra. Soemarjati Tjokroamidjojo M.M

NIP.1951080 9198503 2 001

Sebagai

Ketua

2. Haryanto, S.E, M.Si

NIP. 19740309 200604 1 001

Sebagai

Pembimbing

3. Dwi Hastjarja Kustijana B, M.M

NIP.19591127 198601 1 001

Sebagai

Anggota

Disahkan oleh,

Ketua Jurusan Manajemen

Reza Rahardian, S.E., M.Si.

NIP. 19740609 200012 1 001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret:

Nama : Luthfia Hana Praptono
NIM : F0211068
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Judul Tugas Akhir : Analisis Pengaruh *E-Servicescape* terhadap *Purchase Intention* (Studi pada Pengunjung Situs Belanja Online Lazada.co.id)

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Tugas Akhir yang saya buat ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan hasil jiplakan/ salinan/ saduran dari karya orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan ijazah dan penjabutan gelar sarjana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, Januari 2015

Mahasiswa



Luthfia Hana Praptono

NIM. F0211068

MOTTO

لا حول ولا قوة إلا بالله العلي العظيم

“Tiada daya dan upaya kecuali atas pertolongan dari الله”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini dipersembahkan kepada:

Semua yang mendukung terselesainya karya ini

Mereka Spesial~

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas karunia dan rahmat-Nya yang tak terhingga, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Pengaruh *E-Servicescape* terhadap *Purchase Intention*: Studi pada Pengunjung Situs Belanja Online (Lazada.co.id)”**, sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Pada kesempatan ini penulis haturkan pula penghargaan dan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini. Secara khusus, penghargaan dan terimakasih ini, penulis haturkan kepada:

1. Ibu Dr. Hunik Sri Runing Sawitri, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret.
2. Bapak Reza Rahardian, S.E, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret.
3. Bapak Haryanto, S.E, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang berkenan memberikan ilmu dan bimbingan dalam penyusunan skripsi.
4. Ibu Sinto Sunaryo, S.E, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan saran dan bimbingan dalam urusan akademik.
5. Seluruh jajaran Dosen, Staf, dan Karyawan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret yang telah memberikan pelayanan dengan baik dan memuaskan.
6. Mama Karlina dan Mama Suyanti. Para bundadari yang selalu mendoakan kebaikan, keberuntungan, dan kesuksesan dunia akhirat.
7. Papa Gunawan Wibisono dan Papa Budi Praptono. Para ayahebat yang memberikan motivasi dan semangat positif.
8. Mas AgusS. Partner sukses yang mendoakan dan memotivasi.
9. Keluarga besar dan para Sahabat, yang selalu memberikan dukungan.
10. Seluruh teman-teman Jurusan Manajemen angkatan 2011, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan tugas skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini. Semoga karya ini bisa bermanfaat bagi kemaslahatan.

Surakarta, Januari 2015



Luthfia Hana Praptono

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
ABSTRAK	II
ABSTRACT	III
HALAMAN PERSETUJUAN	IV
HALAMAN PENGESAHAN	V
HALAMAN ORISINALITAS	VI
HALAMAN MOTTO	VII
HALAMAN PERSEMBAHAN	VIII
KATA PENGANTAR	IX
DAFTAR ISI	XI
DAFTAR TABEL	XV
DAFTAR GAMBAR	XVI
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
a. <i>Purchase Intention</i>	8
b. <i>Initial Trust</i>	9

c. Teori <i>E-Servicescape</i>	10
1) <i>Aesthetic Appeal</i>	11
2) <i>Layout and Functionality</i>	12
3) <i>Financial Security</i>	13
2.2 Posisi Penelitian	14
2.3 Kerangka Pemikiran	16
2.4 Hipotesis	17
a. Pengaruh <i>aesthetic appeal</i> pada <i>initial trust</i>	17
b. Pengaruh <i>layout and functionality</i> pada <i>initial trust</i>	18
c. Pengaruh <i>financial security</i> pada <i>initial trust</i>	19
d. Pengaruh <i>initial trust</i> pada <i>purchase intention</i>	19
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 Metode Penelitian	21
a. Desain Penelitian	21
b. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	22
c. Pengukuran Variabel dan Definisi Operasional	23
1. <i>Purchase Intention</i>	23
2. <i>Initial Trust</i>	24
3. Teori <i>E-Servicescape</i>	25
a) <i>Aesthetic Appeal</i>	25
b) <i>Layout and Functionality</i>	27
c) <i>Financial Security</i>	30
3.2 Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data	31

3.3 Analisis Data	32
a. Pengujian Instrumen Penelitian	32
1. Uji Validitas	32
2. Uji Reliabilitas	33
b. Pengujian Model Struktural	34
1. Uji <i>Goodness of Fit</i> Model Struktural	34
a) FIT	34
b) AFIT	34
c) GFI	35
d) SRMR	35
c. Pengujian Hipotesis	36
d. Pengujian Efek Mediasi	37
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Obyek Penelitian	38
4.2 Deskripsi Responden	38
4.3 Pengujian Instrumen Penelitian	41
a. Tahap Penyusunan Instrumen Penelitian	41
b. Uji Validitas	42
c. Uji Reliabilitas	56
4.4 Pengujian <i>Measurement of Fit</i> Model	58
4.5 Pengujian Hipotesis	60
4.6 Pengujian Efek Mediasi	63
4.7 Pembahasan	64

BAB 5	PENUTUP	68
5.1	Kesimpulan	68
5.2	Keterbatasan Penelitian	69
5.3	Saran	69
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tabel Posisi Studi Sebelumnya	14
Tabel 3.1	Tabel <i>Goodness of Fit Index</i>	35
Tabel 3.2	Tabel SRMR	36
Tabel 3.3	Tabel <i>Critical Ratio</i>	37
Tabel 4.1	Tabel Jenis Kelamin Responden	39
Tabel 4.2	Tabel Status Pernikahan Responden	39
Tabel 4.3	Tabel Penghasilan Responden	40
Tabel 4.4	Tabel Pendidikan yang sedang Ditempuh Responden	40
Tabel 4.5	Tabel Pendidikan Terakhir Responden	41
Tabel 4.6	Tabel <i>Rotated Component Matrix 1</i>	43
Tabel 4.7	Tabel <i>Rotated Component Matrix 2</i>	45
Tabel 4.8	Tabel <i>KMO and Bartlett's Test 1</i>	47
Tabel 4.9	Tabel <i>Rotated Component Matrix 3</i>	48
Tabel 4.10	Tabel <i>Rotated Component Matrix 4</i>	51
Tabel 4.11	Tabel <i>KMO and Bartlett's Test 2</i>	53
Tabel 4.10	Tabel Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	54
Tabel 4.11	Tabel Hasil Reliabilitas 1	56
Tabel 4.12	Tabel Hasil Reliabilitas 2	57
Tabel 4.13	Tabel Hasil <i>Measurement of Fit Model</i>	58
Tabel 4.14	Tabel <i>Path Coefficients</i>	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Gambar Kerangka Pemikiran	16
Gambar 4.1	Gambar Model Hasil Penelitian	61
Gambar 4.2	Gambar Model Hasil Efek Mediasi	63